

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era perkembangan industrialisasi yang semakin pesat ini, tidak dapat dipungkiri, bahwa tidak ada satu pun dari aspek kehidupan masyarakat yang terlepas dari dampak perkembangan industri. Di pihak industri, hal ini tampak dengan perkembangan yang pesat di sektor produksi dalam bentuk penjualan produk beragam yang bertujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Perkembangan di sektor produksi ini tentu saja mempengaruhi pola konsumsi masyarakat yang semakin lama akan terkepung dengan barang industri dan besar kemungkinannya berujung pada perilaku konsumtif.

Pada saat ini perkembangan industri bukan hanya memusatkan produk pada *user* orang dewasa saja, tetapi juga memusatkan produk pada *user* anak. Pemusatan produk pada anak-anak tentu saja akan membawa keuntungan bagi industri apalagi ketika anak berperilaku konsumtif maka akan meningkatkan keuntungan besar bagi sektor industri. Menurut Neufeldt (Zebua dan Nurdjayadi, 2001: 74) perilaku konsumtif sendiri merupakan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Dalam hal ini, jika perilaku konsumtif dilihat dari segi pandang industri maka tampak akan membawa keuntungan, industri dapat menjadi lebih kreatif untuk menciptakan sesuatu yang bermanfaat, berguna, dan menarik bagi anak sehingga akhirnya bisa menguntungkan organisasi. Namun, menurut peneliti, di sisi lain sebenarnya perilaku konsumtif ini akan membawa dampak negatif pada organisasi tersebut. Generasi anak pada saat

ini yang merupakan generasi yang nantinya akan masuk dalam lingkup organisasi sangat mungkin membawa kebiasaan berperilaku konsumtif ini bukan hanya sebatas di kehidupan sehari-hari, melainkan juga akan dibawa di dunia pekerjaan. Jika perilaku konsumtif ini terus berjalan maka generasi ini bisa menjadi sumber daya manusia yang memiliki kualitas rendah dan bisa merugikan kehidupan organisasi jika menjadi mitra kinerja.

Ternyata kualitas sumber daya manusia bukan hanya berdampak pada organisasi saja, tetapi juga berdampak pada berbagai aspek kehidupan bangsa. Hal ini terlihat pada garis-garis besar haluan negara bahwa penduduk merupakan sumber daya manusia yang potensial dan produktif bagi pembangunan nasional. Hal ini pun tidak dapat lepas dari peran serta keluarga sebagai pembentuk karakter dan moral individu sehingga menjadi sumber daya manusia yang berkualitas (Monica, 2009:1). Sumber daya berkualitas hanya tumbuh dari anak yang berkualitas (TOR dalam Mudjijono, 1995: 8)

Apabila perilaku konsumtif ini berkembang pesat maka bisa menimbulkan titik jenuh dari konsumen untuk melakukan proses konsumsi. Selain itu, dalam penggunaan bahan produksi, organisasi harus bisa memprediksikan bahwa ketika semakin membengkaknya jumlah konsumen maka bahan-bahan produksi akan semakin banyak dan mungkin akan menyebabkan bahan baku akan semakin langka dan semakin mahal (Jackson, 2008: 53). Dengan semakin mahalnya bahan baku bisa membuat krisis ekonomi karena banyaknya konsumen yang menghalalkan segala cara untuk memenuhi kebutuhannya yaitu dengan penggunaan kartu kredit yang berimbas pada banyaknya hutang yang tentu berimbas pada memburuknya siklus ekonomi.

Hal ini didukung dengan adanya fenomena dari hasil salah satu wawancara dengan orangtua yang mengatakan bahwa demi memenuhi keinginan anak, orangtua tersebut menggunakan sebagian besar pendapatan dan penggunaan kartu kredit adalah demi pemenuhan keinginan anak untuk membeli produk. Orangtua melakukan hal ini adalah sebagai salah satu wujud kasih sayang orangtua dalam pemenuhan kebutuhan anak, yang akhirnya berdampak pada tagihan kartu kredit yang membengkak sehingga mempengaruhi kehidupan ekonomi keluarga menjadi labil dan pembayaran kartu kredit dilakukan dengan menjual barang yang dimiliki.

Dengan data hasil wawancara secara berlanjut dengan orangtua, diketahui bahwa sampai saat ini orang tua rutin memberikan uang kepada anak-anak saat berada di pusat perbelanjaan, sedangkan orang tua asyik dengan dirinya sendiri dan anak-anak berkeliaran bebas dengan sejumlah uang di tangan mereka. Orang tua tersebut berargumentasi bahwa orang tua membiarkan anak bebas agar mereka belajar mandiri dan belajar mengelola uang sendiri. Di samping itu jika orang tua berkumpul dengan teman-temannya, anak menjadi tidak susah ketika menginginkan sesuatu harus menghubungi orang tua terlebih dahulu

Dari hasil wawancara dengan orang tua yang dilakukan pada 4 April 2009 diketahui dari perkataan orang tua yang menyatakan bahwa sah-sah saja untuk memberi uang serta kebebasan dalam menggunakan uang, yang terpenting adalah bahwa anak memberitahukan pada saat sebelumnya ketika anak beserta teman-temannya ingin mengunjungi suatu tempat di mal dan ketika anak ingin membeli sesuatu. Ketika ditanyakan lebih lanjut oleh peneliti mengenai apakah orang tua ikut menentukan keputusannya ketika anak ingin membeli suatu barang, orang tua menjawab bahwa biasanya orang tua ini memperbolehkan anaknya untuk membeli apa saja yang

diinginkan oleh anak asalkan uang yang mereka bawa cukup untuk membeli sesuatu yang diinginkan oleh anak itu. Bahkan jika uang yang diberikan tersebut kurang maka orangtua akan memberi tambahan uang pada anak.

Dari hasil observasi pada anak yang dilakukan pada 7 Maret 2009 diketahui bahwa anak dengan leluasa jalan-jalan di sebuah mall di Surabaya dengan membawa uang sebesar Rp. 30.000,00, sedangkan orang tua mereka berkumpul di satu tempat, uang itu digunakan untuk bermain komputer bersama teman-teman, mereka terlihat terbiasa memesan lama jam bermain lalu membayar dengan uang tersebut. Setelah bermain selama satu jam, mereka menelpon salah satu orang tua dengan handphone yang mereka bawa untuk ijin pergi ke toko buku, kemudian di toko buku, mereka membeli sebuah pensil yang bermodel pilot dengan model yang sama. Setelah dari toko buku mereka kembali ke tempat orang tua karena merasa lapar, orang tua meminta mereka membeli makanan sesuai dengan keinginan mereka dengan menggunakan sisa uang yang mereka bawa tadi, diantara anak-anak tersebut salah seorang meminta uang lagi untuk membeli makanan karena uangnya tidak cukup, dan orang tua pun langsung memberinya uang. Selain itu, anak seringkali membeli ataupun meminta barang yang sebenarnya tidak penting, meminta barang dengan model dan kegunaan yang sama dalam jumlah lebih dari satu. Setelah dibelikan anak tidak menggunakan barang tersebut.

Apakah ini disebut belajar memandirikan anak? Dari kenyataan yang telah dijabarkan diatas, bisa dikatakan bahwa orangtua secara tidak sadar akan membentuk perilaku konsumtif anak. Menurut orangtua dalam mewujudkan kasih sayang dan mengajarkan kemandirian adalah dengan membiarkan anak mengelola keuangannya. Tetapi, hal ini tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

Ketika anak benar-benar diajarkan untuk mengelola uang maka anak tidak akan diberikan tambahan uang ketika pengeluaran telah melebihi *budget*. Justru anak diajarkan bagaimana mengelola pengeluaran sesuai budget bahkan harus bisa meminimalkan pengeluaran dan tidak memanjakan anak dengan memenuhi segala keinginannya. Selain itu, dalam penggunaan kartu kredit maka anak belajar bahwa ketika menginginkan sesuatu bisa langsung dipenuhi hanya dengan sebuah kartu tanpa tahu dampak kedepannya yaitu membengkaknya hutang dan membiasakan hidup serba ada, konsumtif, mewah serta boros.

Dari fenomena ini bisa dilihat bahwa keluarga berperan penting sebagai bagian masyarakat yang paling kecil dan merupakan sumber pembelajaran pertama (Schiffman dan Kanuk, 2004: 345). Keluarga sebagai salah satu faktor perilaku konsumtif khususnya orangtua sangat mempengaruhi pembentukan proses konsumsi (Kotler, 2002: 152). Jadi, proses konsumsi yang dilakukan orangtua akan ditiru oleh anak (Schiffman dan Kanuk, 2004: 349).

Dalam penelitian ini ingin mengungkap makna persepsi orangtua terhadap perilaku konsumtif anak, khususnya usia 6 sampai 12 tahun. Hal ini didasarkan atas pertimbangan karena anak 6 sampai 12 tahun merupakan tahap perkembangan yang masih memerlukan campur tangan orang tua dalam menentukan keputusan, dalam fenomena yang telah dijabarkan diatas menunjukkan bahwa anak justru dibeaskan dalam pengambilan keputusan tanpa campur tangan orangtua, padahal pada usia remaja, seorang anak baru bisa dikatakan ideal dalam melakukan pengambilan keputusan sendiri (Santrock, 1998: 139). Hal ini juga disebabkan karena dari segi perilaku konsumen anak-anak mendapatkan pola berperilaku sebagai konsumen dari hasil observasi terhadap orangtua serta teman sebayanya

yang berfungsi sebagai model dan sumber dari petunjuk dasar dalam pembelajaran dalam melakukan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2004: 349), jadi seharusnya orangtua memberikan pendidikan bagaimana cara mengkonsumsi yang baik pada anak, yaitu konsumsi sesuai dengan kegunaan dan fungsinya.

Dalam kenyataan ini, keberadaan keluarga ini telah dihadapkan pada sejumlah persoalan serta tantangan untuk mengukuhkan eksistensi dan menyelamatkan generasinya, yaitu anak-anak, untuk menghadapi dominasi produk industri dan terkepong berbagai arus perubahan sosial budaya yang berujung pada perilaku konsumtif seperti apa yang telah dijabarkan diatas. Di samping itu, masa kanak-kanak merupakan masa yang begitu penting untuk meletakkan dasar-dasar kepribadian yang akan memberi warna ketika seorang anak kelak menjadi dewasa. Jadi, kualitas pada pola-pola perkembangan masa anak adalah hal yang sangat penting (Gunarsa, 2001). Oleh karena itu, persepsi orang tua pun sangat penting untuk diketahui dalam penilaian untuk dampak dari perkembangan industrialisasi terhadap anak.

Menurut Leavit (1986: 32) mengutip pendapat Harold, persepsi diartikan sebagai pandangan atau pengertian tentang bagaimana individu memandang atau mengartikan sesuatu. Jika dilihat dari aspek-aspek persepsi maka pengertian persepsi tidak sesederhana itu, hanya terbatas pada apa yang dilihat kemudian diartikan. Persepsi merupakan gabungan antara afeksi, kognisi, dan konasi yang berkesinambungan. Sehingga, dengan peneliti tertarik untuk meneliti persepsi orangtua terhadap perilaku konsumtif anak maka akan diketahui bagaimana pemaknaan ketiga aspek tersebut terhadap perilaku konsumtif anak, sehingga orangtua dan industri bisa menyingkapi dampak perilaku konsumtif.

1.2. Fokus Penelitian

1.2.1. Karakteristik subjek

Dalam hal ini permasalahan yang diteliti adalah persepsi orangtua terhadap perilaku konsumtif anak. Persepsi yang dimaksud disini adalah bagaimana orang tua memaknai perilaku konsumtif pada anak-anak mereka. Penelitian ini dibatasi pada orang tua yang memberikan kebebasan kepada anak mereka yang berusia antara 6 sampai 12 tahun dalam hal penggunaan uang dengan harapan bahwa anak justru bisa menjadi mandiri padahal seharusnya dalam tahap perkembangan ini anak masih memerlukan campur tangan orang tua dalam menentukan keputusan, dengan kata lain orang tua bisa menjalankan pola asuh yang demokratis bagi anak-anak yang juga memiliki batasan-batasan yang diberlakukan orang tua.

Hal ini juga disebabkan karena dari segi perilaku konsumen anak-anak mendapatkan pola berperilaku sebagai konsumen dari hasil observasi terhadap orangtua serta teman sebayanya yang berfungsi sebagai model dan sumber dari petunjuk dasar dalam pembelajaran dalam melakukan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2004: 349). Sehingga, diharapkan orangtua bisa mengantisipasi dampak dari perkembangan industri.

1.2.2. Pertanyaan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan karakteristik subjek yang telah dipaparkan diatas maka pertanyaan dari penelitian ini adalah bagaimana persepsi orangtua terhadap pembentukan perilaku konsumtif anak?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi orangtua terhadap pembentukan perilaku konsumtif anak.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi pengembangan teori persepsi dan perilaku konsumtif di dalam bidang industri dan organisasi dan bagi pengembangan pendidikan dan perkembangan anak di bidang psikologi perkembangan, serta bisa digunakan sebagai sumber data sekunder bagi peneliti lain bila meneliti topik yang sejenis dengan topik yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengetahui bagaimana persepsi orangtua terhadap perilaku konsumtif anak serta peneliti dapat lebih mengembangkan pengetahuannya mengenai teori persepsi dan perilaku konsumtif dalam lingkup industri dan organisasi serta mengaplikasikannya ketika peneliti terjun langsung ke dunia pekerjaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Bagi subjek

- a) Dengan adanya penelitian ini diharapkan subjek dapat mengetahui bagaimana perilaku konsumtif anak, yang mungkin sebelumnya tidak disadari oleh pihak subjek maupun pihak anak telah terjerumus oleh kebiasaan berperilaku konsumtif.

- b) Dengan adanya penelitian ini diharapkan subjek dapat lebih *aware* dalam hal pemberian dan penggunaan uang agar lebih dibatasi dan dipantau sehingga tidak menimbulkan perilaku konsumtif pada anak.

3. Bagi masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat pun waspada terhadap dampak dari perkembangan organisasi, yaitu perilaku konsumtif anak sehingga dapat dideteksi dan dicegah sejak dini.

4. Bagi industri dan organisasi

- a) Dengan adanya penelitian ini diharapkan industri bisa lebih memperhatikan dampak dari perilaku konsumtif bukan hanya dari keuntungan yang diperoleh di pihak industri melainkan dampak negatif yang mungkin muncul dari generasi anak-anak ini di masa depannya bagi keberlangsungan organisasi jika suatu masa akan diteruskan oleh generasi saat ini yang berperilaku konsumtif. Dampak bagi organisasi ini akan terasa beberapa tahun ke depan, bagaimana jika anak yang memiliki nilai-nilai konsumtif akan masuk ke dalam perusahaan. Nilai-nilai konsumtif ini akan terbawa ke pekerjaan dalam pengelolaan pengeluaran yang lebih besar daripada jumlah pemasukan, dan tentu saja akan merugikan organisasi tempat anak bekerja karena tidak bisa melakukan prioritas.
- b) Dengan adanya penelitian ini diharapkan industri bisa menciptakan produk yang kreatif dan berguna bagi anak-anak bukan hanya untuk masa sekarang tapi masa depan.